



W. T. VOLLMAN
**Amerika
 und der
 Krieg** Seite 54



ROMANTIK
**Die Kunst
 und die
 Deutschen** Seite 56

Google und wie wir die Welt sehen werden

Ist eine seltsame Brille die Zukunft des Internets? Wie Google mit seiner jüngsten Erfindung das Prinzip der Suchmaschine überwinden will



Kein Kassengestell: Sergey Brin, der Gründer von Google, mit einer himmelblauen Ausgabe von Google Glass

GETTY IMAGES

Als die Welt noch ein Buch war, ein großer, geheimnisvoller Text, den man Wort für Wort und Zeile für Zeile entschlüsseln musste, da trugen intelligente Menschen eine Brille. Die Brille saß auf der Nase, hinter ihren Gläsern funkelten die Augen, und hinter den Augen verrichtete das Gehirn, diese rätselhafteste aller Maschinen, seine Arbeit. Es ging versteckten Hinweisen nach, schlug in unleserbaren Archiven nach und hob alles Bedeutsame für die Zukunft auf.

VON ANDREAS ROSENFELDER

Es gibt die Brille, seit es Bibliotheken gibt. Am Anfang war sie das Statussymbol der Gelehrten, die sich im Kerzenschein der Klostergewölbe die Augen verdorben hatten. Später wurde sie zum Erkennungszeichen des zerstreuten Professors, der über Türme von Büchern stolpert, während er jene Brille sucht, die er doch mitten im Gesicht trägt. Die Geschichte des Wissens ist eine Geschichte fortwährender Ablenkung, denn alle Kenntnisse der Welt verstellen zugleich den Blick auf dieselbe, und die Brille verkörpert genau diese Brechung, sogar als Accessoire des Intellektuellen.

Die Welt ist schon lange kein Buch mehr, die Universalbibliothek unserer Zeit ist das Internet, und seine Gelehrten sind alle Besitzer eines internetfähigen Telefons. Als Sergey Brin, der Gründer von Google, im März auf der TED-Konferenz in Kalifornien auftrat, lieferte er eine kleine Imitation dieses Menschentyps ab, die so überzeugend war, dass fast niemand darüber lachte.

Brin zog sein Mobiltelefon aus der Hosentasche und erstarrte für ein paar lange Sekunden in der Haltung, die heute dem über seine Folianten gebeugten Mönch am ehesten entspricht: Er senkte die Augenlider und berührte mit dem Daumen den Bildschirm, ein merkwürdiger Kurzschluss zwischen Gehirn und Gerät, doppelt überbrückt durch den gekrümmten Arm und den niedergeschlagenen, fast ein wenig traurigen Blick. Es ist jene Haltung, in der Menschen heute die Straße entlanggehen, im U-Bahn-Waggon stehen und am Restauranttisch sitzen. Dann sagte Brin: „Haben wir dazu unsere Körper? Um herumzustehen und ein eigenschaftsloses Stück Glas zu reiben? Für mich fühlt sich das an wie eine Entmannung.“

Mit diesem Satz verhöhnnte Brin nicht nur den Objektfetischismus von Steve Jobs, der ein fast schon erotisches Verhältnis zu Rechenmaschinen unterhielt und mit dem iPhone sein Meisterstück schuf. Er formulierte auch auf einer bedeutenden New-Media-Konferenz sehr alte Kerngedanken der Medienkritik: die Befreiung des Menschen aus seiner Abhängigkeit vom toten Buchstaben, den Aufstand gegen die sekundäre Welt und die Rückkehr zu den Sachen selbst.

Das ist eine ziemlich verrückte Position für eine Firma, die für die meisten Benutzer den einzigen Eingang ins Internet darstellt, wenn sie nicht sogar das

Internet selbst verkörpert. Aber noch verrückter ist das Instrument, mit dem Brin, wie er auf der Konferenz sagte, die Hände, Augen und Ohren des Menschen befreien will, also seine wichtigsten Sinne. Denn es ist ausgerechnet eine Brille, die aus einem geschwungenen Bügel, einem an der Seite angebrachten Kameraauge und einem prismenförmigen Display besteht. Diese Brille, die optisch von fern an das glühende Roboterauge des Terminators erinnert, heißt Google Glass, und sie soll schon gegen Ende des Jahres auf den Markt kommen.

Elias Canetti erzählt in seiner „Blendung“ von einem Sinologen, der eine kostbare Privatbibliothek besitzt und diese, nachdem ihn seine Haushälterin aus der Wohnung jagt, in seinem Kopf durch die Straßen von Wien trägt. Es ist die Geschichte eines verrückten Wissenschaftlers, doch sie handelt von genau dem Problem, für das Google nun eine Lösung anbietet. Man kann das Internet nicht im Kopf mit sich herumtragen, und selbst durch noch so hartnäckige Konzentration wird sich niemand mit seinen Synapsen in ein drahtloses Netzwerk einwählen können, um einen vergesse-

tenbrille über Sprachbefehle, die mit „Okay, Glass!“ beginnen, über Gesten und Kopfbewegungen.

Ein offizielles Video, das Google Glass vorstellt, spielt im Alternativmilieu des New Yorker East Village und zeigt den ziemlich schluffigen Nachmittag eines Hipsters – aus den Augen seiner Brille, man muss es so formulieren. Der Blick des Helden streift die Uhr an der Wand seiner Wohnung, wobei der Brille ein Termin am Abend einfällt, der oben rechts im Blickfeld eingeblendet wird. Dann schaut er aus dem Fenster, die Brille identifiziert den Himmel zwischen den Wohnblöcken und blendet die Wettervorhersage mit einer Regenwahrscheinlichkeit von zehn Prozent ein. Beim Frühstück poppt das Bild eines Freundes auf, der sich per Kurznachrichte in einem Buchladen verabreden will, der Held antwortet mit einem knappen Satz, der von der Brille sofort in Text übersetzt und versendet wird, während er schon wieder in sein Brötchen beißt.

Auch unterwegs spricht der leicht verwirrt wirkende Held – vom eingeblendeten Google-Navigationssystem durch seine engste Nachbarschaft geleitet – nicht nur mit Hunden, sondern auch mit seiner Brille und fordert sie auf, Karten für ein an der Wand plakatiertes Popkonzert zu bestellen, im Buchladen das Musikregal zu finden oder Fotos von bemalten Clubtüren zu machen. Am Ende stellt er sich auf das Dach eines Hauses und nimmt den Videoanruf seiner Freundin an, die vor einem Computerbildschirm sitzt und den Sonnenuntergang durch seine Augen betrachtet, während er Ukulele spielt und sie durch ein kleines Fenster im Blickfeld beobachtet.

Google hat das Internet in den letzten zehn Jahren in eine weiße Wand verwandelt, die das dunkle Chaos der Daten vor unseren Blicken versteckt und die sich immer nur einen Spaltbreit für unsere Anfragen öffnet, um dann mit bürokratischer Diskretion die Suchergebnisse auszuhandeln. Mit der Brille will Google dieses Neutralitätsprinzip offenbar überwinden. Das Internet wird unmittelbar in den Strom des Erlebens eingespeist, ohne dass erst ein schriftlicher Antrag eingereicht werden müsste. Er habe immer schon davon geträumt, dass Google von selbst herausfinde, was man wissen wolle, so beschreibt Sergey Brin diese Philosophie. Im Grunde umreißt er damit den alten Job des menschlichen Gehirns, das ja auch nicht erst gefragt werden muss, bevor es uns mit Ideen und Assoziationen beliefert.

Alles sehen, alles abgleichen, alles aufnehmen: Es ist nur logisch, dass sich schon jetzt, wo nicht einmal die ersten Testmodelle verschickt sind, fast alle Datenschützer, Cyborg-Forscher und Überwachungsexperten der Welt zu dem neuen Produkt geäußert haben. Auch Verbote für Stripclubs, Casinos, Multiplexkinos und den Straßenverkehr in West Virginia wurden prophylaktisch ausgesprochen. Nur die Pornoindustrie begrüßt die Innovation, die es sehr viel leichter macht, Filme mit subjektiver Kamera aufzunehmen. Dabei weiß noch niemand, ob Google Glass am Ende ein

viel zu teures „Yps“-Gimmick für Digitalfreaks bleibt oder ob es neu definiert, was Computer sind – und das Internet endgültig aus den vergrabenen Glasfaserkabeln und festverschraubten Plastikgehäusen befreit, um es in die Welt der Dinge einzuschleusen.

Und was ist mit der Abschaffung der Ablenkung, die Sergey Brin verspricht? Der älteste Gag der Philosophiegeschichte handelt von Thales, der in den Brunnen fällt, als er bei einem Nachspaziergang den Sternenhimmel erforscht. In unserer Vorstellung trägt er jetzt Google Glass.

WOCHENPLÄNE



Visconti und die Park Avenue

Politiker studieren. Und zwar die großen alten Damen, alte Herren gibt es ja genug. Okay, Margaret Thatcher ist tot, bleibt noch eine andere Machtfrau: Die ehemalige amerikanische Außenministerin Madeleine Albright stellt diese Woche in Deutschland ihr Buch „Winter in Prag“ (Siedler) vor, Erinnerungen an ihre Kindheit in einer jüdisch-tschechischen Diplomatenfamilie.

Glas verstehen. Nämlich das des Seagram Building in New York, das mit seiner grau eingefassten Glasfassade eines der schönsten Gebäude überhaupt ist, und drinnen ist noch die schönste Bar, draußen die schönste Straße. Eine Erklärung für so viel Schönheit in der Stadt liefert Phyllis Lamberts „Building Seagram“, das jetzt bei der Yale University Press herauskommt.

Leoparden ansehen. Wer keinen echten zu fassen bekommt: Viscontis „Leopard“ anschauen, sich über die Opulenz Italiens freuen, personifiziert in der leicht aufgelöst gutaussehenden Claudia Cardinale. Am Montag wird sie 75.

ANZEIGE

DAHLER & COMPANY
 IMMOBILIEN

Tom Kirst
 HAMBURG & SYLT

Insa Saphia
 Cornelia
 HANNOVER

Annika Zarenko
 LEITUNG LIZENZMANAGEMENT

Sören Rötger
 BREMEN & OSNABRÜCK

Mira van der Zaaij
 WIESBADEN

Björn Dähler
 GESCHÄFTSFÜHRER

Claudia Kreckler
 MALLORCA SOUTHWEST

Annekathrin Bethke
 LEITUNG MARKETING/PR

Im Grunde genommen sind wir eine große Familie...

...und freuen uns immer über Zuwachs. Werden Sie Teil unserer großen Familie und sichern Sie sich einen der lukrativsten Standorte:

•Baden-Baden •Heidelberg •Konstanz •Starnberger See •Tegernsee

In unserem ausgeklügelten, weit verzweigten Netzwerk ist noch Raum für exzellente Lizenzpartner, die von den zahlreichen Vorzügen unseres Systems profitieren möchten. Bei Interesse an einem dieser Gebiete oder einem Standort Ihrer Wahl freuen wir uns auf Ihre Nachricht.

DAHLER & COMPANY Unternehmenszentrale | Telefon: 040.60.00.37-300 | info@dahlercompany.de | www.dahlercompany.de